



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国婴儿食品产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2015-2020年中国婴儿食品产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/271230.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

报告目录：

第一章 2013-2014年国际婴儿食品行业运行现状分析

第一节 2013-2014年国际婴儿食品行业运行环境分析

一、世界人口增长趋势分析

二、俄罗斯出生人口发展情况

三、美国人口出生率扭转呈下降趋势

四、生育率提高推动法国人口快速增长

五、英国人口出生率大幅上升

六、德国人口出生状况

七、日本人口生育情况

第二节 2013-2014年国际婴儿食品行业发展概况

一、国际婴儿食品行业发展成熟度分析

二、主要婴儿食品价格走势分析

三、国际婴儿食品市场竞争分析

第三节 2014-2018年国际婴儿食品行业新趋势分析

第二章 2013-2014年世界主要国家婴儿食品行业运营情况分析

第一节 美国

一、美国有机婴儿食品行业分析

二、美国婴儿食品市场分析

三、美国婴幼儿奶粉销售情况

三、美国婴儿食品行业发展前景分析

第二节 英国

一、英国婴儿食品行业速览

二、英国部分婴儿食品盐分和饱和脂肪过高

三、英国宝宝食品需标明健康等级

四、婴儿食品行业发展趋势分析

第三节 日本

一、日本婴儿食品的概况

二、日本婴儿食品销量最多

三、日本婴儿食品主要产品价格分析

三、日本婴儿食品行业发展预测分析

第三章 2013-2014年中国婴儿食品业运行环境解析

第一节 中国人口出生率情况

- 一、中国人口出生率和生育率的地区差别
- 二、中国人口出生率呈持续下降趋势
- 三、中国的第四次生育高峰

第二节 中国人口增长及结构分析

- 一、人口总量及人口结构
- 二、中国人口发展取得的成就
- 三、中国人口发展面临的挑战

第三节 国内宏观经济环境分析

- 一、2013年国内生产总值
- 二、2013年全国居民消费价格总水平
- 三、2008-2013年全国居民收入情况分析
- 四、2013年我国居民收入基尼系数
- 五、2013年全国固定资产投资（不含农户）
- 六、2013年社会消费品零售总额
- 七、2013年我国外贸进出口总值

第四节 2013-2014年中国婴儿食品行业政策环境分析

- 一、《奶业整顿和振兴规划纲要》要点解析
- 二、乳制品三聚氰胺检测方法国家标准
- 三、《奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标》
- 四、乳制品原料和产品都要逐批检验
- 五、《乳品质量安全监督管理条例》
- 六、《食品安全法》的实施对婴幼儿奶粉的影响
- 七、中国奶粉收储政策分析
- 八、乳制品工业产业政策对婴幼儿奶粉企业的影响

第五节 2013-2014年中国婴儿食品政策环境分析

- 一、人们的消费观念
- 二、三聚氰胺事件使消费者对国产婴幼儿奶粉产量信任危机
- 三、毒奶粉事件对国产奶粉业影响

第四章 2013-2014年中国婴儿食品行业运行新形势透析

第一节2013-2014年中国婴儿食品行业基本特征

一、婴儿食品行业主要细分产品

二、婴儿食品行业产业链分析

第二节2013-2014年中国婴儿食品产量增长情况

第三节2013-2014年中国婴儿食品行业成本结构分析

一、原材料成本

二、研发和设计成本

三、知识产权使用许可费

四、劳动力成本

五、其它成本

第四节2013-2014年中国婴儿食品业热点问题探讨

第五章2013-2014年中国婴儿食品行业市场供需状况分析

第一节 2013-2014年中国婴儿食品行业产能分析

一、主要生产企业及其产能

二、婴儿食品行业产能扩张趋势

三、重点省区产能分析

第二节2013-2014年中国婴儿食品市场需求状况分析

一、婴儿食品消费需求特征分析

二、中国婴儿食品消费量分析

三、我国婴儿食品消费量

四、婴儿食品各细分产品消费量

第三节2013-2014年中国婴儿食品行业市场供需平衡分析

第四节2013-2014年中国影响婴儿食品行业供需关系的主要因素

第六章2013-2014年中国婴儿食品细分市场运行透析----婴儿奶粉

第一节2013-2014年全球婴幼儿奶粉市场动态分析

一、国际奶荒国内多种奶粉涨价

二、英特儿新投7亿元拓展中国婴幼儿奶粉市场

三、菲律宾婴幼儿奶粉质量问题

四、斯里兰卡婴幼儿奶粉市场情况

五、印度婴幼儿奶粉政策环境

第二节2013-2014年中国婴幼儿奶粉市场运行综述

一、婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长

二、国内品牌需加大研发力度

三、婴幼儿奶粉企业售后服务分析

四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显

第三节2013-2014年中国婴儿配方奶粉市场调研

一、婴儿配方奶粉用户喂哺方式

二、婴儿配方奶粉类型

三、消费者对婴儿配方奶粉营养成份了解情况

四、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况

五、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因

六、消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况

七、消费者购买婴儿配方奶粉的途径

八、消费者对婴儿配方奶粉了解途径

九、消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况

十、消费者正在使用的婴儿配方奶粉品牌情况

第四节2013-2014年中国婴幼儿产品结构分析

一、不同档次婴幼儿奶粉市场新格局形成

二、婴幼儿奶粉中端市场分析

三、婴幼儿奶粉高端市场分析

四、中高档配方奶粉市场分析

五、婴幼儿奶粉市场价格的空档

第五节2013-2014年中国婴幼儿奶粉市场需求分析

一、中国婴幼儿奶粉年需30万吨

二、婴幼儿奶粉市场需求量大幅上升

四、广东奶粉进口情况分析

五、国产婴幼儿奶粉销量已恢复八成

六、婴幼儿奶粉迎来天然蛋白时代

七、婴幼儿奶粉市场暗战升级

第六节 未来中国婴幼儿奶粉市场盈利预测

第七章2013-2014年中国婴儿食品其它细分市场运行剖析

第一节 婴儿辅食

一、宝宝成长各阶段辅食各不同

二、母乳+辅食,"混搭"有讲究

三、我国婴幼儿辅食行业市场总量及年增长率

四、婴幼儿辅食业外资垄断被打破

五、婴儿辅食典型企业

1、亨氏

2、雀巢

3、青岛百乐麦食品公司

第二节 婴儿保健食品

一、中国医药发力孕婴保健市场

二、婴儿保健食品市场消费情况

三、婴儿保健食品需标注营养含量

四、婴儿保健食品研发现状

五、婴儿保健食品质量抽检情况

六、婴儿保健食品发展趋势

第八章 2013-2014年中国婴儿食品产品进出口分析

第一节 2013-2014年婴儿食品产品进口分析

一、2013-2014年婴儿食品产品进口总额

二、2013-2014年婴儿食品产品进口总量

三、2013-2014年婴儿食品产品进口价格走势

四、2013-2014年婴儿食品产品进口国家

第二节 2013-2014年婴儿食品产品出口分析

一、2013-2014年婴儿食品产品出口总额

二、2013-2014年婴儿食品产品出口总量

三、2013-2014年婴儿食品产品出口价格走势

四、2013-2014年婴儿食品产品出口国家

第九章 2013-2014年中国婴儿食品行业市场营销模式与策略分析

第一节 2013-2014年中国婴儿食品主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

第二节 2013-2014年中国婴儿食品营销策略分析

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

四、从单一的产品结构到以鞋、服装纺织、配件的产品系列化

第三节2013-2014年中国婴儿食品企业营销模式建议

一、婴儿食品企业的国内营销模式建议

二、婴儿食品企业海外营销模式建议

第四节2014-2018年中国婴儿食品行业市场营销发展趋势

一、展望中国婴儿食品营销未来

二、未来婴儿食品营销模式发展趋势

第十章2013-2014年中国婴儿食品行业知名品牌企业竞争力分析（企业可自选）

第一节 北京三元食品股份有限公司（600429）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 黑龙江雅士利乳业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 澳优乳品(湖南)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 哈尔滨太子乳品工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 黑龙江飞鹤乳业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 惠氏（上海）营养品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 美赞臣（广州）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 浙江贝因美科工贸股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一节 广州市合生元生物制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2014-2018年中国婴儿食品行业前景展望与趋势预测分析

第一节 2014-2018年中国婴儿食品行业市场预测分析

一、中国婴儿食品季节特征分析

二、中国婴儿食品产品趋势分析

第二节 2014-2018年中国婴儿食品行业市场供需预测分析

一、供给预测分析

二、需求量预测分析

三、婴儿食品市场竞争格局预测

第三节 2014-2018年中国婴儿食品行业盈利预测分析

第十二章2014-2018年中国婴儿食品行业投资战略研究

第一节2013-2014年中国婴儿食品投资环境分析

第二节 2014-2018年中国婴儿食品行业投资价值分析

一、 婴儿食品投资热点分析

三、 婴儿食品区域投资潜力分析

四、 投资价值综合分析

第三节2014-2018年中国婴儿食品行业投资风险分析

一、 市场风险

二、 竞争风险

三、 原材料价格波动的风险

四、 经营风险

五、 政策风险

第四节2014-2018年中国婴儿食品行业投资策略及专家点评

一、 市场定位

二、 重点区域

第十三章2014-2018年中国婴儿食品行业投资战略研究

第一节2014-2018年中国婴儿食品行业发展战略研究

一、 战略综合规划

二、 技术开发战略

三、 业务组合战略

四、 区域战略规划

五、 产业战略规划

六、 营销品牌战略

七、 竞争战略规划

第二节 对我国婴儿食品品牌的战略思考

一、 企业品牌的重要性

二、 婴儿食品实施品牌战略的意义

三、 婴儿食品企业品牌的现状分析

第三节2014-2018年中国婴儿食品行业细分行业投资战略

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国婴儿食品产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年婴儿食品开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：婴儿食品行业产业婴儿食品

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业产成品增长趋势图

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业工业婴儿食品产值增长趋势图

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业婴儿食品成本增长趋势图

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业费用使用统计图

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2014年我国婴儿食品行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2014年婴儿食品行业市场供给
图表：2011-2014年婴儿食品行业市场需求
图表：2011-2014年婴儿食品行业市场规模
图表：婴儿食品所属行业生命周期判断
图表：婴儿食品所属行业区域市场分布情况
图表：2014-2020年中国婴儿食品行业市场规模预测
图表：2014-2020年中国婴儿食品行业供给预测
图表：2014-2020年中国婴儿食品行业需求预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/271230.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。